



Seeker

使用名單下廣告教學

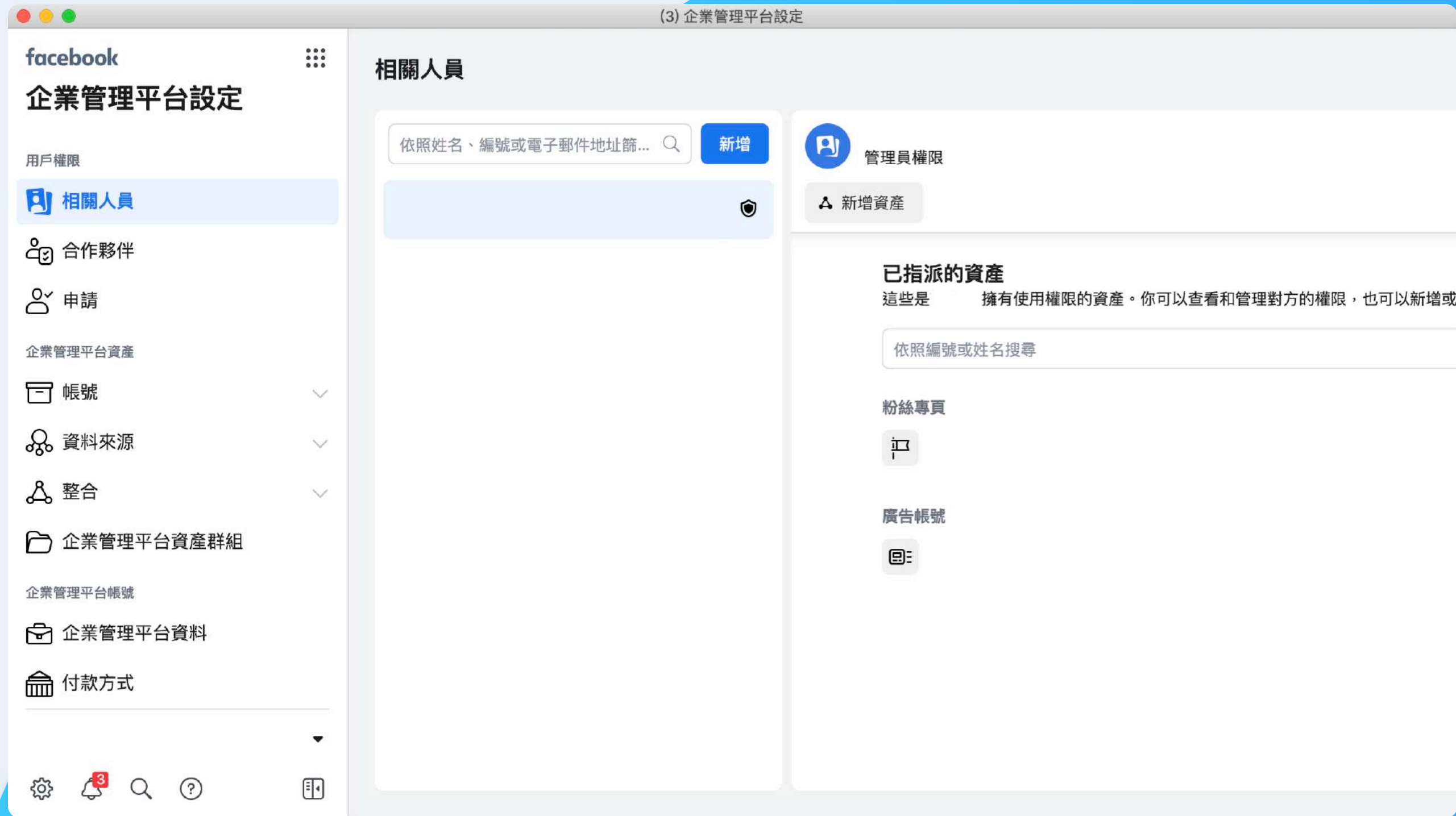
2019.10.31

© 2019 - PRESENT YOCTOL INFO INC. ALL RIGHTS RESERVED



Part A

建立企業管理平台



前往
business.facebook.com
建立帳號



將粉絲專頁加入企業管理平台，步驟如下：

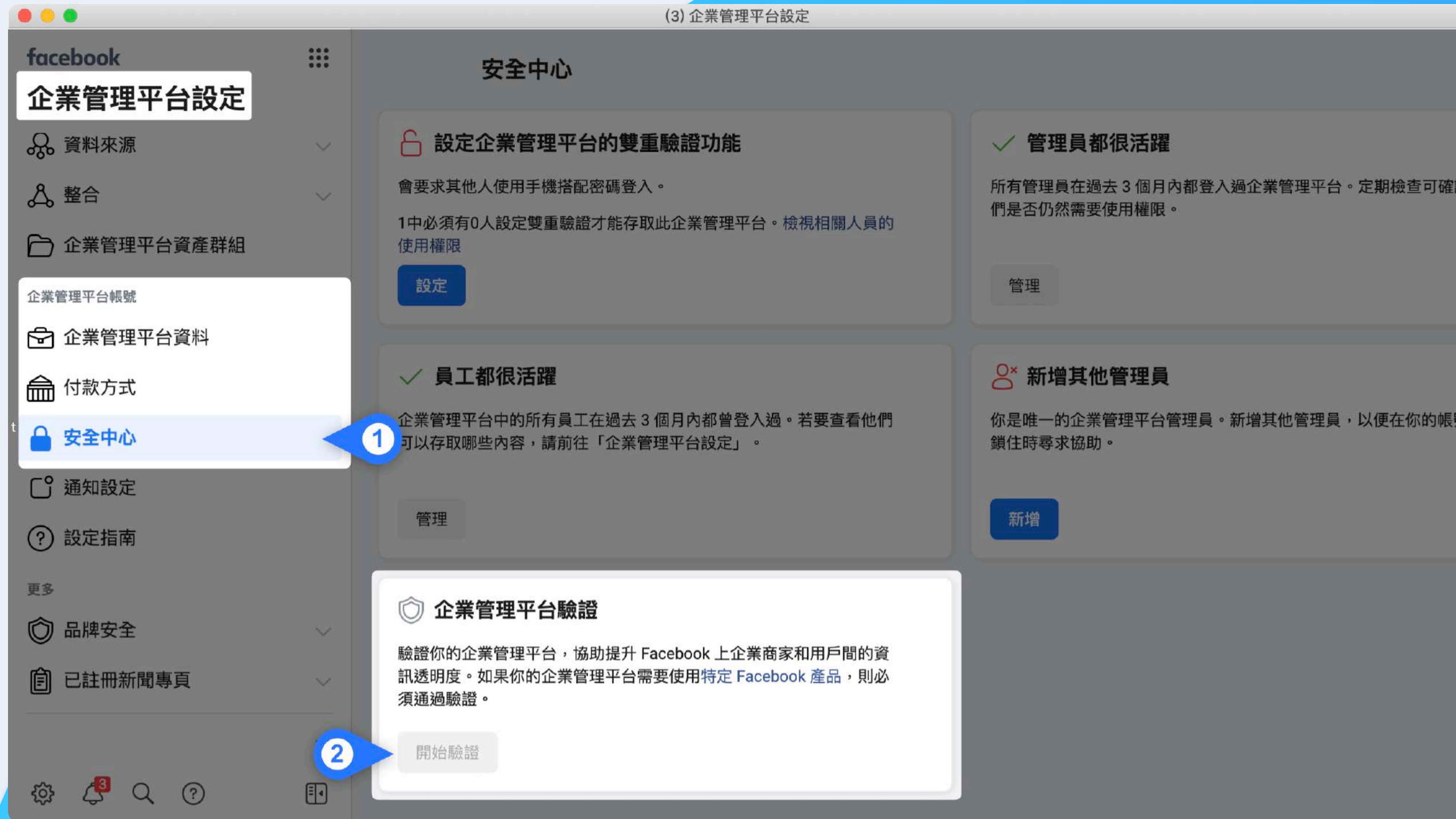
- 1 前往企業管理平台設定。
- 2 點擊帳號下方的粉絲專頁。
- 3 點擊 + 新增。
- 4 選擇新增粉絲專頁。
- 5 輸入 Facebook 粉絲專頁的名稱或網址。



新增廣告帳號至企業管理平台(需填入付款資訊)，步驟如下：

- 1 前往企業管理平台設定。
- 2 依序點擊帳號、廣告帳號。
- 3 點擊 + 新增。
- 4 在 3 種選項中選擇其中一個選項：新增廣告帳號、申請廣告帳號的使用權限或建立新廣告帳號。
- 5 新增廣告帳號、申請廣告帳號的使用權限或建立新廣告帳號。
- 6 如果您選擇申請使用權限或新增廣告帳號，請輸入廣告帳號編號。
- 7 按照提示操作，選擇用戶和權限層級。

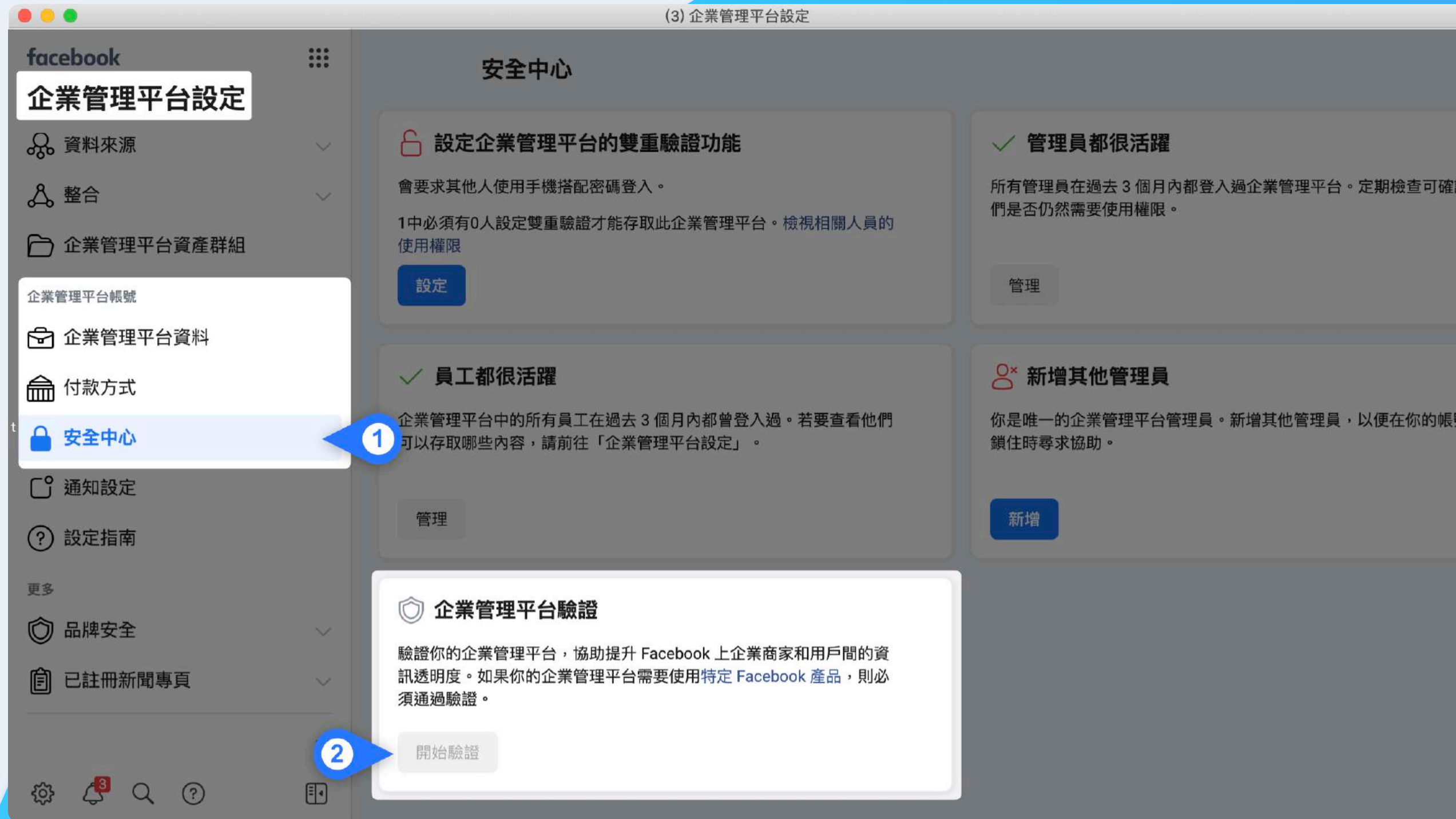




確認企業管理平臺已被驗證，步驟如下：

- 1 前往企業管理平台設定。
- 2 點擊帳號安全中心。
- 3 找到驗證區塊，然後在企業管理平台驗證下方，點擊開始驗證。

注意：除非您的企業商家需要存取特定功能，否則開始驗證按鈕將會呈現灰色。
驗證程序開始後，您可以在此區塊查看驗證狀態。
收到您的企業商家已完成驗證的確認訊息後，企業管理平台的設定便大功告成！



確認企業管理平臺已被驗證，步驟如下：

- 1 輸入您企業商家的詳細資料，然後點擊下一步。
- 2 從建議清單中選擇正確的企業商家；如果畫面上並未顯示您的企業商家，請選擇以上項目都不符合。
- 3 按照畫面上的提示操作，確認您的企業商家詳細資料。如果您選擇以上項目都不符合，就必須提交其他文件以進行驗證。

注意：除非您的企業商家需要存取特定功能，否則開始驗證按鈕將會呈現灰色。
驗證程序開始後，您可以在此區塊查看驗證狀態。
收到您的企業商家已完成驗證的確認訊息後，企業管理平台的設定便大功告成！



Part B

建立廣告投放受眾



點選商業工具功能表進入廣告管理員，點擊建立行銷活動。





- 1 選擇觸動考量
- 2 選擇流量，並打開建立分組測試，把變數選擇為廣告受眾
- 3 設定廣告帳號

廣告管理員 - 管理廣告

建立新行銷活動 ▾ 行銷活動：選擇目標。 切換至快速建立流程

行銷活動

目標

廣告帳號

建立新的

廣告組合

- 流量
- 優惠
- 變數
- 廣告受眾 (變數)
- 版位
- 投遞最佳化
- 預算和排程

廣告

- 身分
- 格式
- 影音素材
- 文字和連結

關閉

發送訊息

流量

帶動更多人潮前往 Facebook 上或其他網路空間的目的地，例如網站、應用程式或 Messenger 對話。瞭解詳情

行銷活動名稱 ⓘ 流量

建立分組測試 ⓘ 開啟

針對廣告創意、版位、廣告受眾和投遞最佳化策略進行A / B 測試。 瞭解詳情

變數 廣告受眾 ▾

設定廣告帳號

行銷活動花費上限 ⓘ 設定上限 (可選填)



- 1 選擇廣告受眾（變數）
的欄位
- 2 設定廣告組合 A 為新
受眾、B 為原本的受眾

行銷活動

目標

廣告帳號

建立新的

廣告組合

流量

優惠

變數

廣告受眾（變數）

版位

投遞最佳化

預算和排程

廣告

身分

格式

影音素材

文字和連結

關閉

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

廣告受眾（變數）

瞭解哪些族群的用戶較可能回應你的廣告。瞭解詳情

廣告組合A

廣告受眾： 建立新的廣告受眾

地點： 台灣

年齡： 18 - 65+

編輯

廣告組合B

廣告受眾： 建立新的廣告受眾

地點： 台灣

年齡： 18 - 65+

編輯

測試其他廣告組合

版位

選擇效果最好的位置向適合的對象投遞廣告。

自動版位（建議選項）

使用自動版位來充分運用預算，協助你向更多用戶顯示廣告。Facebook 的投遞系統會根據最有可能獲得出色成

分組測試摘要

你的潛在觸及人數會隨機分配給廣告組合，確保分組測試的結果準確。

變數：廣告受眾

總預算：NT\$795，Even Split

測試檢定力估計值：80%

排程：2019年10月18日 - 2019年10月22日

廣告組合 A：廣告組合A - TW - 18+

使用新廣告受眾

顯示更多

單日預算：NT\$398 TWD

廣告組合 B：廣告組合B - TW - 18+

使用新廣告受眾

顯示更多

單日預算：NT\$397 TWD

如何安排分組測試

分組測試行銷活動

廣告組合 - A版

廣告



- 1 於廣告組合 A 選擇建立新受眾，選擇建立自訂廣告受眾
- 2 調整各項變數後，點選確認

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

建立新的廣告受眾

自訂廣告受眾 ① 新增先前建立的自訂或類似廣告受眾

排除 | 建立新受眾 ▼

地點 ① 位於此

台灣

包

瀏覽

類似廣告受眾
在 Facebook 上觸及與你最有價值的受眾類似的新用戶。

年齡 ① 18 ▼ - 65+ ▼

性別 ① 全部 男性 女性

語言 ① 輸入一種語言.....

潛在受眾：
潛在觸及人數：18,000,000人 ⓘ

廣告受眾詳情：

- 地點：
 - 台灣
- 年齡：
 - 18 - 65+

詳細目標設定 ① 包含符合以下條件的用戶 ⓘ

新增人口統計資料、興趣或行為 | 建議 | 瀏覽

排除用戶

另存為 確認 ②

關閉

https://business.facebook.com/adsmanager/creation?act=747188045742709&business_id=2057309401035562# Facebook 的投遞系統會根據最有可能獲得出色成



建立新來源後，選擇顧客名單

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

行銷活動

- 目標

廣告帳號

- 建立新的

廣告組合

- 流量
- 優惠
- 變數
- 廣告受眾 (變數)
- 版位
- 投遞最佳化
- 預算和排程

廣告

- 身分
- 格式
- 影音素材
- 文字和連結

關閉

建立自訂廣告受眾

使用你的來源

- 網站流量
- 應用程式動態

使用 Facebook 來源

- 影片
- 名單型廣告表單
- 即時體驗

顧客名單

離線動態

Instagram 商業檔案

活動

Facebook 粉絲專頁

顧客名單

使用現有的顧客資料建立廣告受眾。這些資料會先經過雜湊處理再進行上傳。上傳完畢後，我們不會儲存這些資料。

取消

使用自動版位來充分運用預算，協助你向更多用戶顯示廣告。Facebook 的投遞系統會根據都有可能獲得出色成



選擇使用未包含 LTV 檔案

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

行銷活動

- 目標

廣告帳號

- 建立新的

廣告組合

- 流量
- 優惠
- 變數
- 廣告受眾 (變數)
- 版位
- 投遞最佳化
- 預算和排程

廣告

- 身分
- 格式
- 影音素材
- 文字和連結

關閉

建立自訂廣告受眾

顧客名單

- 使用含有顧客終身價值 (LTV) 的檔案
- 使用未包含 LTV 檔案
- 從 MailChimp 匯入

使用未包含 LTV 檔案

上傳檔案或複製並貼上資料，我們會將你的顧客資料與 Facebook 應用程式和服務的用戶進行配對。納入 LTV 後，就可以使用它來根據最有價值的顧客建立類似廣告受眾。

返回

使用自動版位來充分運用預算，協助你向更多用戶顯示廣告。Facebook 的投遞系統會根據最有可能獲得出色成



- 1 在新增檔案處的原始資料來源，選擇來自合作夥伴
- 2 上傳自 Seeker 廣告精準受眾下載下來的顧客資料 CSV 檔
- 3 點選下一步

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

建立顧客名單自訂廣告受眾

1 準備含有顧客資料的檔案 顯示提示

你可以使用的識別碼 (15) ?

電子郵件 電話號碼 行動廣告商編號 名字 姓氏 郵遞區號 城市 州/省 國家/地區 出生日期
出生年分 性別 年齡 Facebook 應用程式用戶編號 Facebook 粉絲專頁用戶編號

2 新增檔案

原始資料來源 ? 來自合作夥伴

☒ 新增檔案 (CSV 或 TXT) 下載檔案範本

20191018_顧客標籤名單.csv

☐ 複製並貼上

3 為廣告受眾命名

20191018_顧客標籤名單 35 × 新增說明

取消 詳細目標設定 ? 包含符合以下條件的用戶 ? 返回 下一步



確定欄位後的前兩個選項分別是
姓氏、Facebook 粉絲專頁
用戶編號

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

行銷活動

目標

廣告帳號

建立新的

廣告組合

流量

優惠

變數

廣告受眾 (變數)

版位

投遞最佳化

預算和排程

廣告

身分

格式

影音素材

文字和連結

關閉

建立顧客名單自訂廣告受眾

4 預覽並對應資料

顯示提示

對應數據以上傳。上傳你的數據之前，會對你的數據使用雜湊。瞭解詳情。

姓名

✓ 姓氏

1

PSID

! Facebook 粉絲...

2

不要上傳

電子郵件

電話號碼

行動廣告商編號

名字

姓氏

郵遞區號

城市

州 / 省

國家 / 地區

出生日期

出生年分

性別

年齡

Facebook 應用程式用戶編號

✓ Facebook 粉絲專頁用戶編號

3

取消

詳細目標設定 ⓘ 包含符合以下條件的用戶 ⓘ

返回

上傳和建立



- 1 PSID欄位填入
Facebook 粉絲專頁編號（點選粉絲專頁左側的關於得到粉絲專頁編號以查看編號並填入）
- 2 點選新增 1 個粉絲專頁

廣告管理員 - 管理廣告

建立顧客名單自訂廣告受眾

4 預覽並對應資料 顯示提示

對應數據以上傳。上傳你的數據之前，會對你的數據使用雜湊。瞭解詳情。

姓名	✓ 姓氏
PSID	
階段	一般人 一般人 一般人 一般人
初次互動	2019-03-23 10:34 2019-04-03 07:57 2019-03-22 10:34 2019-04-03 07:57
上次互動	2019-10-10 13:41 2019-08-23 10:00 2019-10-17 13:20 2019-09-19 11:28

取消 新增1 個粉絲專頁

詳細目標設定 包含符合以下條件的用戶

關閉 返回 上傳和建立

切換至快速建立流程

分配給廣告組
準確。

Split

2019年10月22

粉絲專頁編

TW-18+

TW-18+



其餘皆選擇不要上傳，並點選
上傳和建立

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

建立顧客名單自訂廣告受眾

4 預覽並對應資料 顯示提示

對應數據以上傳。上傳你的數據之前，會對你的數據使用雜湊。瞭解詳情。

姓名	✓ 姓氏 ▾
PSID	! Facebook 粉絲... ▾ 輸入 Facebook 粉絲專頁編號
階段 一般人 一般人 一般人 一般人	! 不要上傳 ▾ 1
初次互動 2019-03-23 10:34 2019-04-03 07:57 2019-03-22 10:34 2019-04-03 07:57	! 不要上傳 ▾ 2
上次互動 2019-10-10 13:41 2019-08-23 10:00 2019-10-17 13:20 2019-09-19 11:28	! 不要上傳 ▾ 3

取消 詳細目標設定 ⓘ 包含符合以下條件的用戶 ⓘ 返回 上傳和建立 4



於下一步選擇建立類似廣告受眾，點選完成

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

行銷活動

目標

廣告帳號

建立新的

廣告組合

流圖

優惠

變數

廣告受眾 (變數)

版位

投遞最佳化

預算和排程

廣告

身分

格式

影音素材

文字和連結

關閉

建立顧客名單自訂廣告受眾

你的廣告受眾數據已上傳

已上傳1001 個橫列(100%)

將你的顧客與 Facebook 用戶完成配對可能需要幾分鐘的時間。廣告受眾可供使用時，我們便會通知你。你也於受眾管理員查看狀態。

下一步

建立類似廣告受眾

將與重要顧客相似的用戶建立為廣告受眾，擴展你的觸及人數。

建立廣告

立即開始建立廣告以鎖定新的廣告受眾。

完成

使用自動版位來充分運用預算。協助你向更多用戶顯示廣告。Facebook 的投遞系統會根據最有可能獲得出色成



將選擇廣告受眾規模設為 1%
~ 5% >，點選建立廣告受眾

行銷活動

目標

廣告帳號

建立新的

廣告組合

流量

優惠

變數

廣告受眾 (變數)

版位

投遞最佳化

預算和排程

廣告

身分

格式

影音素材

文字和連結

關閉

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合 - 建立相似廣告受眾的廣告組合

建立類似廣告受眾

1 選擇類似廣告受眾來源 ⓘ

20191018_顧客標籤名單

2 選擇廣告受眾地點

國家 / 地區 > 亞洲

台灣

搜尋區域或國家 / 地區

瀏覽

3 選擇廣告受眾規模

類似廣告受眾數量 ⓘ 1 ▾

822.6K

0% 1% 2% 3% 4% 5% 6% 7% 8% 9% 10%

廣告受眾的規模是你所選地點人口總和的 1% 到 10%。若類似廣告受眾規模為 1%，將包含與你類似廣告受眾來源最相似的用戶，提高百分比則會建立規模更大、更廣泛的廣告受眾。

新的類似廣告受眾 ⓘ

TW的1% 至 5% - 20191018_顧客標籤名單

觸及人數估計值

823,000人

顯示提示

切換至快速建立流程

給廣告組

9年10月22

18+

18+

1

2

取消

建立廣告受眾



依欄位填入廣告設定即可建立
精準的廣告！

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

行銷活動

目標

廣告帳號

建立新的

廣告組合

流量

優惠

變數

廣告受眾 (變數)

版位

投遞最佳化

預算和排程

廣告

身分

格式

影音素材

文字和連結

關閉

建立新的廣告受眾

自訂廣告受眾

顧客名單

20191018_顧客標籤名單

類似廣告受眾

類似廣告受眾 (TW, 1% to 5%) - 20191018_顧客標籤名單

新增先前建立的自訂或類似廣告受眾

排除 | 建立新受眾

地點

位於此地點的所有人

台灣

台灣

包括 | 輸入即可新增更多地點

瀏覽

批量新增地點

年齡

18 - 65+

性別

全部 男性 女性

語言

輸入一種語言.....

潛在受眾：

無法提供資料。

廣告受眾詳情：

自訂廣告受眾：

20191018_顧客標籤名單或類似廣告受眾 (TW, 1% to 5%) - 20191018_顧客標籤名單

地點：

台灣

年齡：

18 - 65+

自行填入各項廣告變數

另存為 確認

使用自動版位來充分運用預算，協助你向更多用戶顯示廣告。Facebook 的投遞系統會根據最有可能獲得出色成



Seeker

快來探索 Seeker